

中小企業の標準を活用したビジネス戦略

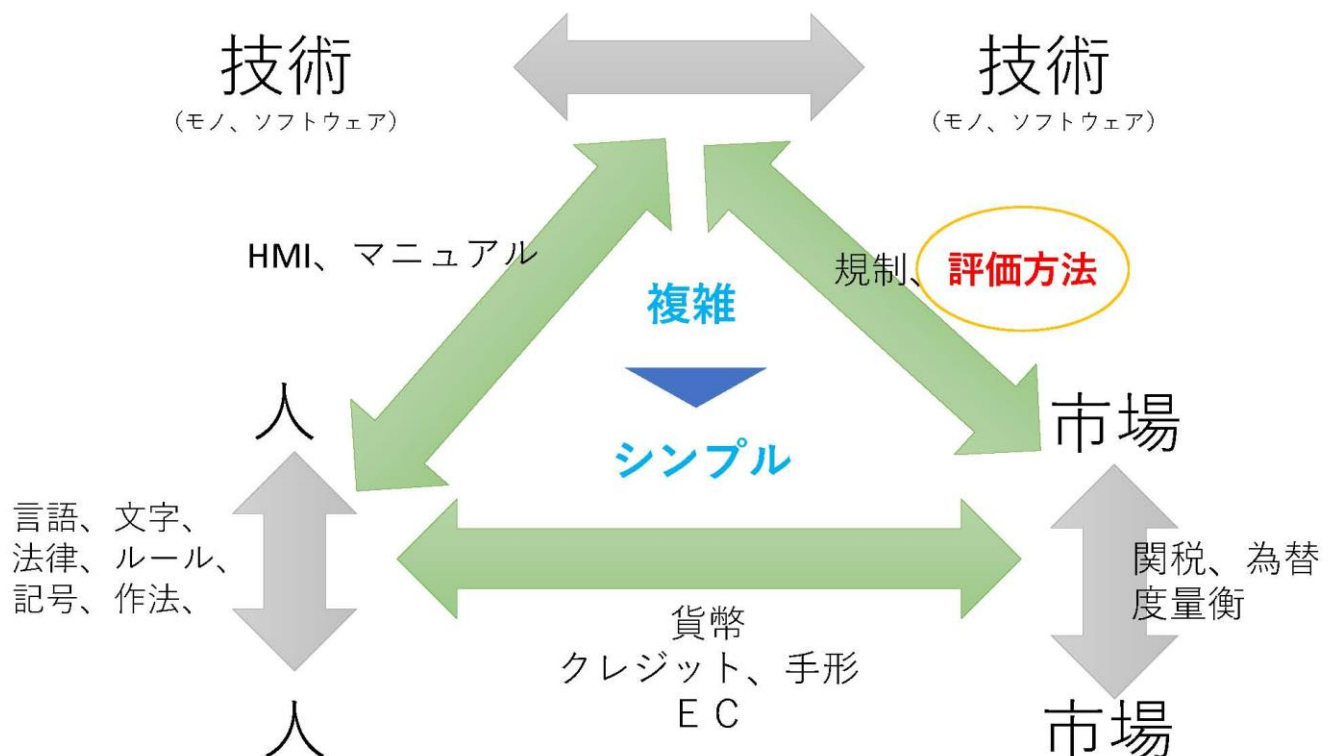
法政大学社会学部 / 同大学院公共政策研究科
准教授 糸久正人 (ITOHISA, Masato)

2018年1月22日 @TKPガーデンシティ品川

標準 (Standard) とは "つながる"ためのルール

- ・つながるためのルールを形成することで、1) コスト削減や2) 市場創造・拡大を見込める
- ・中小企業が狙うべきは、技術と市場をつなぐ「評価方法」に関する標準

サイズ、形状、インターフェース、アーキテクチャ、通信方式



なぜ中小企業は「評価方法」に関する標準に取り組むべきなのか？
→自社の技術／製品からきちんと収益を得るため

CASE1: K社の摩擦圧接

- 自社の実験データから、溶接よりも品質、コストに優れることが証明
- 顧客メーカー（自動車や造船）の担当者も納得するも、今まで溶接で問題が起きていないので、変更することのリスクを嫌忌
- 摩擦圧接をJIS規格化することで「**お墨付き**」を経て、徐々に**市場を拡大**



CASE2: S社のゲルインクボールペン

- S社が1984年に初めて開発
- その後、模倣品が増加し、とくに海外メーカーの粗悪品が市場に出回るようになった
- ゲルインクボールペンの評価方法をJIS化（その後ISO化）することで、「**粗悪な模倣品を排除**」することができた
- 悪貨に良貨を駆逐させない



評価方法に関する標準をつくる基本的な考え方

- ① 新しい技術の評価方法を確立する
- ② 新しい製品／サービスの評価方法を確立する

評価方法

製品／サービス
レベル



②




技術レベル



自社

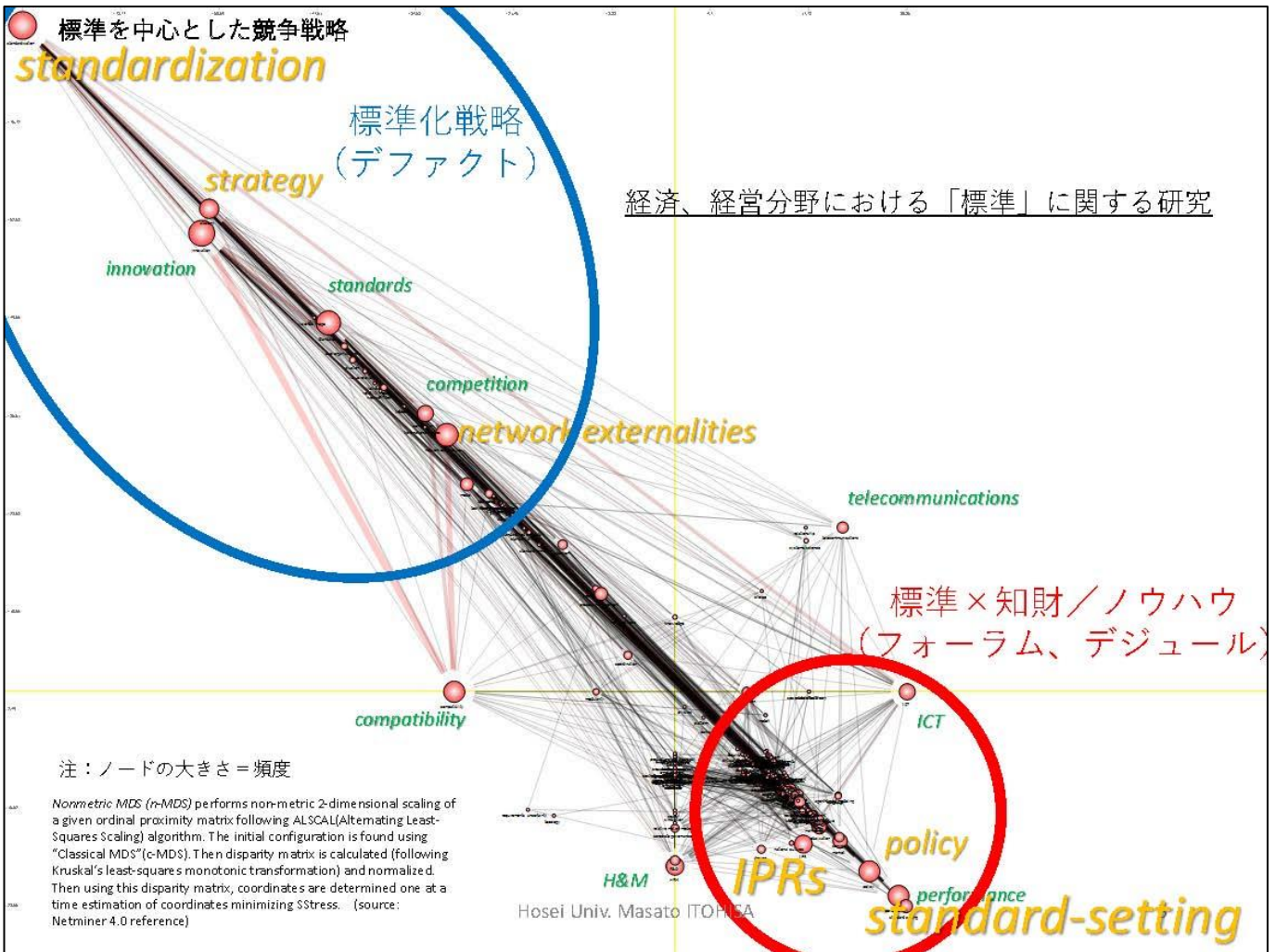
①

表2 醸造適性に関する理化学分析値（山形県工業技術センター）

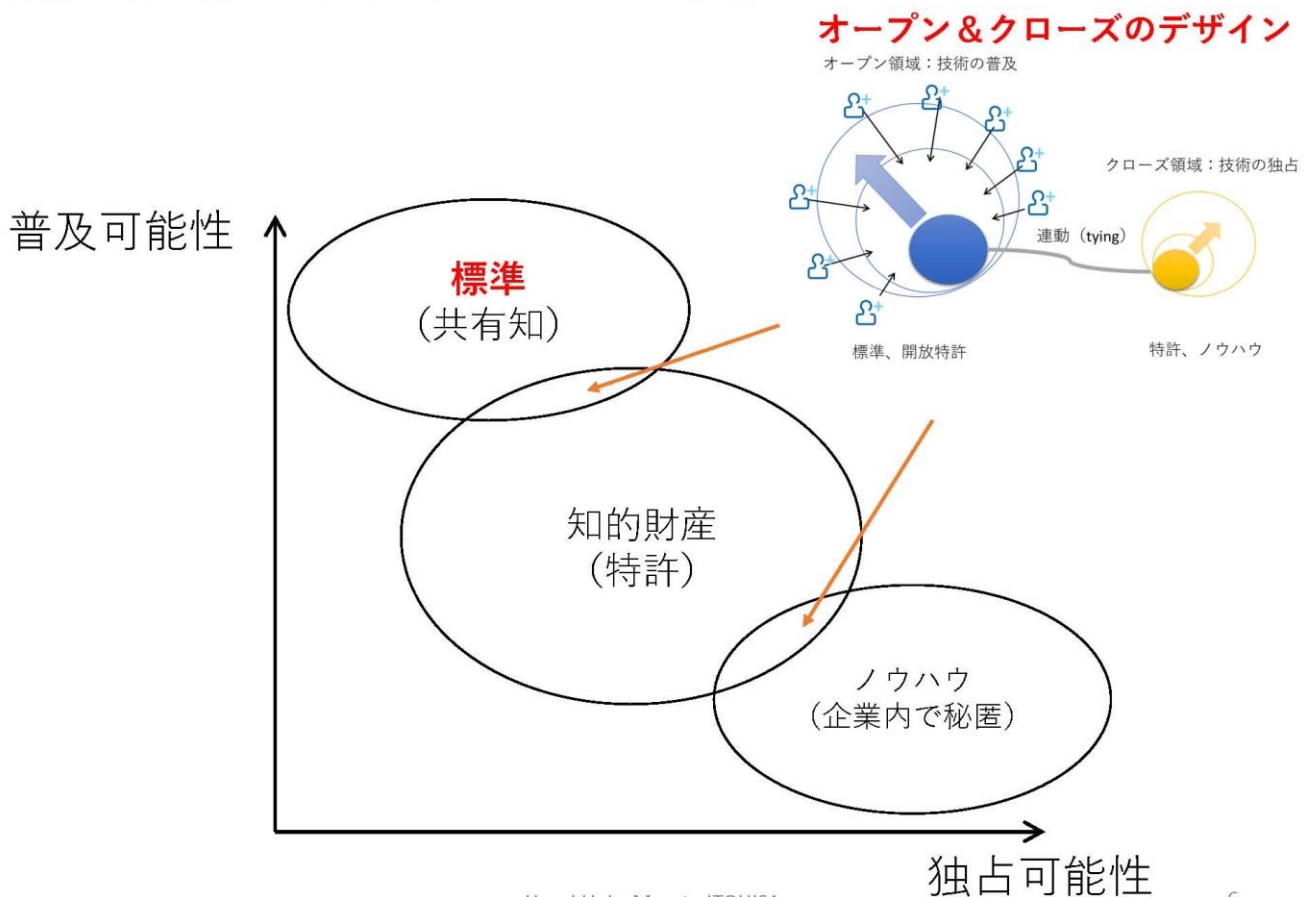
| 項目 | 精白 | | 白米 | | 吸水性 (%) | | 消化性 (%) | | | 粗蛋白質含量 (ppm) |
|--------|--------|----------|--------|--------|---------|------|---------|-----|------|--------------|
| | 歩合 (%) | 白米千粒 (g) | 水分 (%) | 水分 (%) | 20分 | 120分 | 蒸米吸水性率 | 還元糖 | 澱粉窒素 | |
| 山形酒49号 | 75.5 | 19.3 | 13.4 | 31.7 | 33.6 | 38.6 | 10.1 | 2.1 | 5.2 | 401 |
| 美山錦 | 75.2 | 18.7 | 13.8 | 31.4 | 33.4 | 36.6 | 10.6 | 2.1 | 5.4 | 445 |

(平成元年～5年平均値)





技術知識の持ち方とオープン&クローズ戦略



Key Message :

中小企業にとって標準化はビジネスで勝つための十分条件ではないが、使い方によっては強力なツールになりうる

- 標準化は **(ニッチな) 新市場**をつくるためのツール
 - 標準化活動から利益を得られるかはビジネスモデル次第
 - とくにオープン領域（標準領域）とクローズ領域（競争領域）を明確に区分し、両者を連動させることが重要
- 自社の競争領域（製品、サービス、技術）が活きる評価方法
 - 「フォーマルなルールは、新しいルールを考案する交渉力をもつ人々の利益に役立つようにつくられている」（North, 1990）
 - ビジネス的には自社が不利になるような標準をつくらせないことも重要
- 競争領域に磨きをかける
 - 他社が追いついてくる前に、品質／コストで凌駕する
 - 評価方法のバージョンアップ
- 中小企業が標準化活動に取り組むハードルは低下
 - 新市場創造型標準化制度
 - モデルケースの創出

ご清聴ありがとうございました

糸久 正人 (ITOHISA, Masato)

itohisa@hosei.ac.jp